

Nouveau Contrat Social 3^{ème} réunion

Aujourd'hui, 12 juin, s'est tenue la 3^{ème} réunion concernant la construction du nouveau Contrat Social.

Cette réunion s'inscrit dans le cadre du 1^{er} thème (sur les 3 du cycle de négociation) visant à échanger sur la façon de mieux associer les salariés et les organisations syndicales à la vision stratégique et aux projets d'avenir du Groupe.

Pour cela trois thèmes ont été abordés :

1. Dialogue social et vision stratégique
 2. Partage de la stratégie de positionnement des marques
 3. Le processus de construction des Plans à Moyen Terme 2014-2016
-

1. Dialogue social et vision stratégique

Afin d'impliquer davantage, et plus en amont, les représentants du personnel à la stratégie du Groupe, Philippe Dorge a proposé :

- au niveau de l'entreprise, le renforcement du fonctionnement du Comité paritaire stratégique.

Cette instance d'information et d'échanges créée en 2007, réunit la Direction et des organisations syndicales du Groupe, françaises, espagnoles, allemandes et britanniques.

Elle est chargée d'approfondir des sujets liés à la situation et à l'évolution de l'entreprise (ex. stratégie des marques au regard des attentes clients, politique d'investissements, plan produits, évolutions technologiques, stratégies industrielles...).

Les évolutions proposées portent sur :

- La fréquence : elle serait adaptée en lien avec l'actualité du Conseil de Surveillance
- Le contenu : plus de sujets stratégiques seraient abordés (orientations majeures du Plan Moyen Terme, et avant projets)
- La confidentialité de certaines informations : les règles de confidentialité seraient davantage formalisées et une base de données serait partagée avec les organisations syndicales (cf point 3)

- au niveau des directions et des sites : un partage autour des plans moyens terme (PMT 2014 – 2016)

2. Partage de la stratégie de Marques

Les instances représentatives du personnel ont pu échanger avec Frédéric Banzet et Maxime Picat, Directeurs Généraux des Marques, sur la nouvelle stratégie des Marques et leur positionnement, facteur majeur du redressement commercial et économique du Groupe.

3. Le processus de construction des Plans à Moyen Terme 2014-2016

Enfin, Jean-Baptiste de Chatillon et Denis Duchesne ont présenté la démarche de construction des PMT 2014-2016.

C'est une démarche et une réflexion approfondie sur la prospective, les enjeux et les ambitions de chaque entité d'excellence**.

Elle visera donc à intégrer une réflexion stratégique à cet exercice jusqu'alors très centré sur une approche budgétaire. Pour cela, chaque entité d'Excellence du Groupe devra enrichir ses réflexions :

- d'éléments prospectifs moyens termes,

- d'un Plan d'Excellence à 3 ans qui précise le niveau d'ambition visé,
- d'un plan de progrès sur les éléments « Qualité » et « Sécurité », sur lesquels l'entité a un rôle à jouer, et d'éléments RH (pyramide des âges, observatoire des métiers...)

Cette démarche, pour fonctionner, est portée par le management et partagée avec les équipes pour qu'ils la connaissent, la comprennent et se l'approprient. Les PMT des entités sont en cours d'élaboration (juillet à septembre). En octobre, les synthèses des PMT pourront être partagées avec les partenaires sociaux, les managers et les équipes concernées.

Prochaine réunion le 20 juin consacrée au 2^{ème} thème : « anticipation des transformations, en cherchant à sécuriser l'emploi et les compétences ».

**Entité d'Excellence : on dénombre 60 entités d'excellence. Chaque entité est un ensemble hiérarchique de niveau N-1 de la DG (ex : une Unité Terminale, un Pays-marque, un métier, une grande fonction d'appui tels que RH, Qualité, Communication, Gestion)*